



Samen op één golflengte

Meerjarenbeleidsplan 2022-2026

Stichting Omroep 1 Vallei

Inhoudsopgave

| | | |
|------|--|----|
| 1 | Opstap | 3 |
| 2 | Inleiding | 4 |
| 3 | Omroep 1 Vallei: in en voor vier gemeenten | 5 |
| 4 | De positie in het lokale medialandschap..... | 7 |
| 5 | Uitvoering van de publieke mediataak | 9 |
| 6 | Activiteiten en programmamodel | 10 |
| 6.1 | De activiteiten van de in RMC Vallei samenwerkende omroepen..... | 10 |
| 6.2 | Stilok..... | 10 |
| 6.3 | Het programmamodel | 10 |
| 7 | Toekomstplannen..... | 13 |
| 7.1 | Landelijke ontwikkelingen | 13 |
| 7.2 | Keurmerk lokale omroep..... | 13 |
| 7.3 | Uitbouw streekverband | 14 |
| 7.4 | Technologische ontwikkelingen..... | 14 |
| 7.5 | Samenwerking met RTV Utrecht en Omroep Gelderland | 14 |
| 7.6 | Nieuwe samenwerkingsvormen | 15 |
| 8 | Samenwerking met derden en doelgroepen | 16 |
| 8.1 | De samenwerkingspartners | 16 |
| 8.2 | De leidende principes in de samenwerking met derden..... | 17 |
| 8.3 | De doelgroepen van het streekverband | 18 |
| 9 | Opzet en werkwijze van de streekorganisatie | 19 |
| 9.1 | De juridisch-bestuurlijke structuur..... | 19 |
| 9.2 | Leidende principes bij de inrichting van de organisatie | 19 |
| 9.3 | De voorwaarden voor het feitelijk functioneren van het streekverband | 19 |
| 9.4 | Het orgaan dat het beleid bepaalt voor het media-aanbod (het pbo)..... | 20 |
| 9.5 | Kerncompetenties van het streekverband..... | 20 |
| 10 | Wat RMC Vallei voor de gemeenten kan betekenen..... | 22 |
| 10.1 | Bevorderen van communicatie en sociale cohesie | 22 |
| 10.3 | Vervullen van specifieke culturele of educatieve functies..... | 23 |
| 10.4 | Kweekvijver voor omroeptalent en formats | 23 |
| 10.5 | Rol in de gemeentelijke informatie- en communicatiemix..... | 23 |
| 10.6 | Intrinsieke waarde | 24 |
| 10.7 | Wat betekent dit alles concreet?..... | 24 |
| 11 | Financiën | 26 |

1 Opstap

De allereerste geregelde radio-uitzending in Nederland vond meer dan een eeuw geleden plaats, op 6 november 1919. Hanso Idzerda zond, vanuit de 'studio' in zijn woonhuis, deze eerste uitzending uit die hij in de krant aankondigde als 'Radio soireé-musicale'. Boven de deur hing een bordje met de tekst 'Brandt dit licht, dan koppen dicht'.

Nu ruim honderd jaar later vormt deze 'muzikale avond' nog steeds een vast onderdeel op vele (lokale) omroepen.

Stichting Omroep 1 Vallei Media – kortweg 1vallei - is met haar aanvraag voor de zendlicentie in de gemeenten Renswoude, Scherpenzeel, Veenendaal en Woudenberg onderweg naar de (voor haar) eerste geregelde uitzending in deze vier gemeenten en is zeker ook voornemens deze, onder andere, via de krant aan te kondigen. Het bordje voor boven de deur is allang vervangen door een rode lamp met 'on air'. Da's weliswaar Engels, maar het betekent hetzelfde.

2 Inleiding

Uitzendingen van een lokale omroep in Renswoude, Scherpenzeel, Veenendaal en Woudenberg (hierna ook: de vier gemeenten) zijn er al lange tijd. In Veenendaal heeft de lokale omroep diverse gedaanten gehad voor de fusie met het toenmalige Midland FM tot de vergrote Stichting Lokale Omroep Midden Nederland (SLOMN). SLOMN is als Radio Midland ontstaan uit de radiopiraterij in de jaren tachtig. De gefuseerde omroep bediende later de vier gemeenten vanuit Renswoude, richt zich vrijwel uitsluitend op radio en werkt met een klein budget. De mogelijkheden die dat geeft voor professionalisering en groei zijn daarmee om meerdere redenen lastig. Dit is overigens een trend die door het hele land zichtbaar is en niet uniek voor de vier gemeenten.

Om lokale omroepen sterker te maken is er vanuit, dan wel in samenspraak met het ministerie van OCW, het Commissariaat voor de Media (CvdM), de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) en de drie publieke omroepzenders (vertegenwoordigd door NLPO, RPO en NPO) het *Vernieuwingsconvenant gemeenten - lokale omroepen* opgesteld. Om de toekomstbestendigheid, professionalisering en continuïteit bij publieke lokale omroepen te verstevigen en bestendigen is er in de breedste zin van het woord algehele consensus dat deze door samenwerking in streekverband beter bereikt kunnen worden. Door samenwerking kan een stabielere basis worden gebouwd in financiële, operationele en journalistieke zin.

Door middel van het convenant, waarnaar ook het CvdM in zijn schrijven aan gemeenten verwijst, zijn er ook stappen gezet die eerder door de vier gemeenten zijn benoemd. Voor de streekvorming is er gekeken naar logische combinaties op basis van de natuurlijke habitat. De vier gemeenten vormen in dat kader samen met Ede, Rhenen en Wageningen de streek Foodvalley, gelegen in het zuidelijke deel van de Gelderse Vallei.

Waar in beginsel vooral vanuit brancheorganisatie NLPO werd gestuurd op grote fusie-omroepen, heeft de opzet in deze streek een andere opzet. Om transparantie en lokale betrokkenheid maximaal vorm te geven (en enkele andere, ook praktische, redenen), is er gekozen om niet aan te sturen op een fusie-omroep. Met een koepelstichting als samenwerkingsverband, waarin de belangrijkste organisatorische, technische en journalistieke taken worden ondergebracht, waaronder gezamenlijke inkoop en productie, kunnen we én de voordelen en doelstellingen van toekomstbestendigheid, professionalisering en continuïteit behalen én verliezen we de lokale binding met en verantwoording aan gemeenten niet.

Hiervoor is het wel van belang dat de besturen van de betrokken stichtingen een duidelijke eenheid vormen. De opzet van de omroepen is dan ook duidelijk gescheiden ten aanzien van hóe we het kunnen maken en ook wát we maken. Hoe we het kunnen maken is zoveel mogelijk overeenkomstig, met alle voordelen (financieel en operationeel), wát we maken kunnen we en moeten we differentiëren per gemeente of plaats.

3 Omroep 1 Vallei: in en voor vier gemeenten

Na jarenlange inspanningen om vanuit de streeksamenwerking RMC Vallei het media-aanbod van SLOMN - op haar verzoek - te verbreden en versterken is in 2021 helaas vastgesteld dat dat binnen de structuur van SLOMN onhaalbaar bleek. De betrokkenheid van Omroep Ede en RMC Vallei bij SLOMN is daarom eind 2021 door de laatste twee partijen geëindigd.

Gezien het blijvende streven naar een samenwerking in gehele streek zuidelijke Foodvalley is daarna in voorjaar 2022 Stichting Omroep 1 Vallei opgericht. Deze heeft vervolgens een aanvraag gedaan om de aanwijzing als publieke lokale media-instelling (de 'zendmachtiging') te verkrijgen. In dit beleidsplan wordt verder uiteengezet hoe en op welke manier de stichting hieraan invulling gaat geven. 1vallei gaat haar taak als publieke lokale omroep voor de vier gemeenten vormgeven door invulling te geven aan de pijlers die daarvoor zijn in de gemeenten. En zo de ambities die al jaren worden uitgesproken, mogelijk maken.

De Mediawet 2008 stelt, dat het doel van een lokale omroep moet zijn: *Het op lokaal niveau uitvoeren van de publieke mediaopdracht door het verzorgen van een media-aanbod (radio en televisie), dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften, die in de gemeente leven en het verrichten van activiteiten, die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen.*

De missie van Stichting Omroep 1 Vallei is dan ook hierop gebaseerd:

Samen met alle partners de stem voor de zuidelijke Foodvalley zijn door een lokaal toereikend media-aanbod te verzorgen met aandacht voor de lokale identiteit.

1vallei wil alle media-uitingen verzorgen en ondersteunen voor en met alle inwoners. Nieuws uit en over de vier gemeenten, het tonen van de diversiteit van het gebied, met participatie van alle inwoners om daarmee de lokale samenleving te versterken. Ook zal 1vallei als goede journalistieke organisatie berichten over en kritisch kijken naar de gemeentepolitiek. Alle programma's worden met respect voor iedereen gemaakt.

1vallei weet dat dit - net als bij vele andere lokale omroepen in Nederland - niet haalbaar is door te beweren dat een lokale omroep alles zélf kan doen. Hiervoor is een bloem van samenwerking nodig. Alleen de blaadjes samen maken deze bloem tot een bloeiend geheel.

Organisaties, maar ook personen of private samenwerkingen kunnen - binnen de in de Mediawet 2008 gestelde kaders voor een publieke omroep - toegang krijgen tot de uitzendplatformen. Dit betekent zeker niet ongecontroleerd, maar zowel inhoudelijk als technisch wordt deze mogelijkheid geboden. Met of zonder ondersteuning, ook de mogelijkheid om een uitzending live of opgenomen als beeld, geluid en/of tekst, behoort tot de mogelijkheden. Deze samenwerking zal ook worden opgezocht, zeker met maatschappelijk en culturele organisaties.

Door op organisatorisch en technisch vlak samen te werken met de andere omroepen binnen de streek wordt er efficiënter gewerkt en kunnen kosten worden bespaard op overhead en infrastructuur. Hierdoor kan de journalistieke berichtgeving worden verstrekt door ook gebruik te maken van professionele en betaalde krachten. Ook wordt het streeknieuwsplatform gebruikt.

Hierdoor worden de berichten van zowel de vrijwilligers als de betaalde journalisten gedeeld en direct beschikbaar voor de eigen gemeente, maar ook de buurgemeenten. De uitstraling en zichtbaarheid van de gemeente neemt daarmee toe, bijvoorbeeld voor culture en maatschappelijke organisaties, en daarmee ook de bekendheid in de regio. Daarnaast zijn alle berichten direct beschikbaar van en voor de regionale omroeppartners in onze streek: RTV Utrecht en Omroep Gelderland.

De vier gemeenten staan daarmee niet alleen beter op de kaart in de gemeenten zelf, maar ook in de regio, met een versterkte journalistieke capaciteit.

Kortom, het bereiken van de groei en professionalisering

- door met efficiënter gebruik van geld en menskracht de nieuwsvoorziening te verbeteren;
- waarbij kwaliteitsverbetering door samenwerking in de omroepregio een voorwaarde is.

Hiervoor is brede inzet van middelen noodzakelijk en wordt deze toegespitst op gebruik en kosten. Mede daarom worden (online-)nieuws en televisie gezamenlijk met de streekpartners gebracht onder het merk XON.

Televisie maken is duur en arbeidsintensief. Het vullen van een volledig tv-kanaal is voor geen enkele lokale in Nederland omroep goed haalbaar. In gezamenlijkheid is er meer content en is het dus aantrekkelijker om vaker te kijken. Ook kan er gewerkt worden aan aanvullende programmering. Online is er één nieuwsplatform met alle mogelijkheden om te filteren op wat de bezoeker wil zien of lezen. Alleen het nieuws uit de eigen plaats of gemeente, of de hele regio. Heel lokaal of heel breed. Ook moet worden aangetekend dat de mediaconsumptie dusdanig is veranderd dat vrijwel niemand meer lang achtereen naar een tv- of radiokanaal kijkt of luistert. Het online aanbieden van (stukken) content is daarom steeds belangrijker, ook via sociale media.

Een sterke en toekomstbestendige lokale omroep draagt bij aan de vitaliteit en leefbaarheid van de stad. Communicatie, nieuws, informatie van en voor de inwoners zijn essentieel voor het functioneren van de lokale democratie en de samenleving. Het brede palet van media die tegenwoordige hiervoor beschikbaar zijn bevorderen dit en 1vallei kan en wil dit platform bieden.

4 De positie in het lokale medialandschap

De lokale omroepsector zet in op het vormen van streekomroepen, als fusie-omroepen of federatieve streekverbanden. Door de vorming van streekomroepen ontstaan er nieuwe kansen waardoor met gebruik van nieuwe technologieën kwalitatiever, doeltreffender en doelmatiger geopereerd kan worden. De ambitie van de derde laag van de publieke omroep is in de huidige kleinschaligheid niet te verwezenlijken.

Binnen een streekomroep kunnen veel dingen centraal georganiseerd worden, waaronder de begeleiding van vrijwilligers, personeelsbeleid, de inkoop van apparatuur en de verkoop van advertenties. Daarmee vergroten ze hun slagkracht en kunnen ze uiteindelijk meer geld en energie steken in het produceren van goede en relevante lokale programma's en een stevig online aanbod.

Alleen streekomroepen kunnen op termijn over voldoende middelen beschikken om professioneel en efficiënt te werken en om een gevarieerd en breed media-aanbod te verzorgen binnen hun 'natuurlijke habitat' en voor de verschillende (hyper- en boven-) lokale doelgroepen.

De NLPO heeft een voorlopige indeling gemaakt van Nederland in circa tachtig streekomroepen. Eén van de streken is de (zuidelijke) Foodvalley. Deze streek omvat de gemeenten Ede, Renswoude, Rhenen, Scherpenzeel, Wageningen en Woudenberg.

In onze streek is al snel gekozen om geen fusie na te streven, maar losse omroepen die intensief samenwerken op de onderdelen die daar ook baat bij hebben, als streekverband. Onderdelen die dat niet hebben, blijven we (hyper)lokaal doen. Door deze keuze kunnen we ook sturen. Bij iedere keuze kun je de opnieuw wegen: doen we het lokaal of in streekverband? Hierboven zijn de ruwe lijnen hiervoor al aangegeven. Zaken die geen lokale verbondenheid hebben, kunnen prima in streekverband. Invulling van de lokaliteiten natuurlijk niet.

In de praktijk? Er zijn individuele omroepstichtingen (met eigen bestuur, pbo en radiostation), die nauw samenwerken in streekverband. Bestuurlijk zijn de omroepen en streekverband RMC Vallei naar elkaar toe aan het groeien. Hierdoor is een eenduidig omroepbeleid voor de hele streek eenvoudiger te realiseren. Het bestuur van 1vallei, Omroep Ede, Omroep Rhenen, Wageningen Media en Stichting Regionaal Mediacentrum Vallei (RMC Vallei) is een personele unie. Het optimale plaatje is een personele unie van alle omroepbesturen die samenwerking in en met het bestuur van RMC Vallei. Nota bene: In Wageningen is een omroep (RTV Rijnstreek) actief die niet is aangehaakt bij de samenwerking.

De ontwikkeling is in lijn met de wensen van het VNG (Vereniging Nederlandse Gemeenten) en de NLPO (Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen, voorheen OLON).

Voor alle helderheid, het media-aanbod van de in het streekverband RMC Vallei samenwerkende lokale publieke omroepen dient per omroep te voldoen aan de wettelijke eisen die door het Commissariaat van de Media gesteld worden en daarmee ook aan de zogeheten ICE-norm (ten aanzien van de hoeveelheid informatie, cultuur en educatie per kanaal) en de productienorm, zoals gesteld in de wet- en regelgeving.

Tevens wordt het media-aanbod per omroepstichting gecontroleerd door het orgaan dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt: het programmabeleid bepalend orgaan (pbo), en daarnaast door het Commissariaat voor de Media.

5 Uitvoering van de publieke mediataak

De lokale publieke omroepen produceren programma's in eigen beheer, dan wel besteden zij het maken hiervan uit aan het streekverband RMC Vallei of derde partijen. Elke omroep behoudt de bevoegdheid om wel of niet tot uitzending over te gaan. Conform wettelijke bepalingen zijn de samenwerkende omroepen onafhankelijke, vrij van overheidsinvloeden opererende publieke mediadiensten. Ook zijn er producties mogelijk in samenwerking met o.a. gemeenten, stichtingen, verenigingen en bedrijfsleven (b.v. live-evenementen). Het media-aanbod van het streekverband is onderscheidend ten opzichte van dat wat er nu door andere mediabedrijven wordt aangeboden doordat het streekverband op een crossmediale wijze verspreidt.

Naast een op de natuurlijke habitat van de streek afgestemd lokaal toereikend media-aanbod (LTMA) kenmerkt de streeksamenwerking zich door de wijze waarop de organisatie is ingericht en aangestuurd wordt en de samenwerking die zij nastreeft met uiteenlopende stake- en shareholders.

Dit houdt in dat partijen die voor het realiseren van het toekomstige businessmodel van belang zijn actief uitgenodigd worden om met de omroep samen te werken, kennis te delen en gebruik te maken van elkaars technische infrastructuren en faciliteiten. Voorbeelden hiervan zijn RTV Utrecht en Omroep Gelderland, dag- en nieuwsbladen en omliggende streekomroepen, maar ook culturele, maatschappelijke en onderwijsinstellingen en overheden. RMC Vallei is een samenwerkingsverband met een publieke verantwoordelijkheid, maar wel met een ondernemend karakter.

De omroepstichting heeft een bestuur, voor de zakelijke leiding, en een pbo (programmabeleid bepalend orgaan), voor de inhoudelijke kant van de omroep. Het bestuur benoemt de hoofdredacteur, maar deze krijgt inhoudelijke kaders mee van het pbo, die jaarlijks worden vastgelegd in het media-aanbodbeleid. De hoofdredacteur zorgt aan de hand van dat beleid voor het media-aanbod; dat is de programmering van de mediakanalen die de omroep gebruikt. Beperkende voorwaarde is dat de hoofdredacteur alleen kan (laten) realiseren wat haalbaar is met de beschikbare mensen en middelen. De hoofdredacteur legt verantwoording af voor het gevoerde beleid aan het pbo. Het pbo vergadert minstens viermaal per jaar en rapporteert aan het bestuur. Het bestuur, dat circa zesmaal per jaar vergadert, is niet alleen juridisch verantwoordelijk, maar is ook het aanspreekpunt van het Commissariaat voor de Media.

6 Activiteiten en programmamodel

6.1 De activiteiten van de in RMC Vallei samenwerkende omroepen

Het streekverband RMC Vallei produceert een programma-aanbod voor televisie, radio, tekst-tv (kabelkrant), app, sociale media (Facebook, Instagram, Twitter) en de eigen nieuwswebsite XON.nu. Naast het programma-aanbod bieden omroepen een leer- en werktrajectplaats voor medewerkers. Het traject biedt uiteenlopende trainingen en scholingen aan. Tevens bieden de omroepen stageplaatsen aan.

6.2 Stilok

Na het stuklopen van een eerdere lokale omroep (Vallei FM) in Veenendaal ontstond Stilok, gericht op het voortzetten van de kerkelijke uitzendingen in de gemeente Veenendaal. De stichting heeft een eigen studio en verzorgt radioprogramma's op diverse dagen in de week, nu via SLOMN.

Uit de ervaringen van RMC-bestuurders in de eerdere samenwerkingstijd met SLOMN is bekend dat de relatie tussen SLOMN en Stilok bepaald stroef te noemen is. 1vallei ziet echter de inzet en bijdrage van uit Stilok als meerwaarde voor lokale omroep. 1vallei heeft al contact gezocht en hoopt – als 1 vallei de aanwijzing weet te bemachtigen – de Stilok-programma's recht te doen binnen het programma-aanbod.

6.3 Het programmamodel

Het programma-aanbod van de samenwerkende omroepen voldoet aan de wettelijke eisen zoals beschreven in de Mediawet 2008 en wordt per omroep beleidsmatig gecontroleerd door het eigen pbo. Het programma-aanbod wordt geproduceerd door de omroepen, door RMC Vallei en door derden, waaronder collega-streekomroepen en andere samenwerkingspartners, waarvan de samenwerkingsaspecten worden verwoord in een samenwerkingsovereenkomst.

Programma's die voor het eigen verzorgingsgebied en/of voor de streek van belang zijn krijgen een plaats binnen het programma-aanbod van de samenwerkende omroepen. In onderstaand overzicht wordt per onderscheiden medium het programmaformat weergegeven dat wordt nagestreefd.

Communicatie- kanaal **Mogelijke programmaformats**

| | |
|-------------------------|---|
| <p>Televisie (XON)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Frequent nieuws uit de streek m.b.t. de gemeenten. ▪ Informatie over raads- en collegevergaderingen. ▪ Informatie over aanpassingen in de openbare ruimte, verkeersaspecten, informatie over de producten van de verschillende gemeenten. ▪ Actualiteiten- en discussieprogramma aangaande lokale en bovenlokale vraagstukken en achtergronden van het streeknieuws. ▪ Specials over gemeenten of directe leefomgeving. ▪ Streekgemeenten in beeld. ▪ Dorpskern(en) in beeld. ▪ Houden van polls en terugkoppeling van de resultaten. ▪ Uitzenden van programma's in opdracht van anderen. ▪ Zendtijd voor speciale groepen (politieke partijen). ▪ Uitzenden van producties van derden. ▪ Live-verslagen van grotere evenementen. |
| <p>Radio (1vallei)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dagelijks informatieve uitzendingen over de streek. ▪ Streekgebonden nieuwsuitzendingen en die van de NOS. ▪ Uitzendingen door en voor doelgroepen in de streek. ▪ Live-verslagen van evenementen. |
| <p>Website (XON.nu)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dagelijks nieuws over de streek. ▪ Agenda over wat er te doen is in de streek op het gebied van sport, cultuur, verstrooiing, etc. ▪ Regionale en gemeentelijke informatie. ▪ Informatie van verenigingen en organisaties. ▪ Foto's. ▪ Videofragmenten. |

| | |
|----------------------------|---|
| tekst-tv (‘kabelkrant’) | <ul style="list-style-type: none">▪ Vermelding van dagelijks nieuws uit de streek en andere wetenswaardigheden vanuit andere nieuwsdragers van het streekverband.▪ Foto’s en verwijzingen naar andere media.▪ Altijd zichtbaar als er geen tv-beelden zijn. |
|----------------------------|---|

De distributie zal zo veel mogelijk geautomatiseerd verlopen. Verder kunnen belangstellenden via ‘programma gemist’ alles terugzien en -horen via de website.

Ook worden (crossmediale) doelgroepenprogramma’s gemaakt waarin de kernwaarden van het streekverband terugkomen.

7 Toekomstplannen

Basis van de toekomstplannen is dat de samenwerkende omroepen volledig wil voldoen aan de eisen van het lokaal toereikend media-aanbod (LTMA) om zich daarmee tot een toekomstbestendige omroep te kunnen ontwikkelen.

7.1 Landelijke ontwikkelingen

In het regeerakkoord van 2020 is opgenomen dat de financiering van lokale omroep herzien gaan worden. In 2022 heeft de staatssecretaris 11 miljoen euro beschikbaar gesteld ter voorbereiding hierop. Het is haar bedoeling om de Mediawet per 2025 zodanig aan te passen dat de lokale omroep structureel beter gefinancierd wordt. Er is een brede werkgroep ingericht die zich eerste richt op de verdeling van het geld van 2022, zodanig dat dit niet de ontwikkeling richting de nieuwe wetgeving in de weg staat. Het ligt voor de hand dat streekvorming bij lokale omroepen hierbij een grote rol speelt.

Veel is nog onbepaald. Kunnen er straks nog spreekverbanden zijn, of moeten het streekfusies zijn? Komt al het geld straks van het Rijk, of blijft ook de bekostiging via het Gemeentefonds door de gemeenten bestaan? Ook wordt gekeken naar de aanwijzingsprocedure.

In onze streeksamenwerking willen we vasthouden aan het federatieve model, zolang dat mogelijk is en deze vorm het verkrijgen van aanvullende landelijke financiering niet in de weg staat. Mocht deze situatie wijziging, dan zal de streeksamenwerking daar op voorbereid zijn en kunnen de samenwerkende omroepen snel opgaan in het streekverband, dat dat de lokale omroep zijn voor alle gemeenten binnen de samenwerking. Dit wordt in 2022 voorbereid.

7.2 Keurmerk lokale omroep

De NLPO heeft samen met het Keurmerkinstituut een lijst met eisen opgesteld waaraan een streekomroep moet voldoen om in aanmerking te komen voor het Keurmerk Lokale Omroep. Het LTMA stelt daarbij strakke eisen aan een lokale en streekomroep waar het gaat over de volgende drie onderdelen:

- 1 Het mediaproduct
Deze dimensie betreft de eisen waaraan het mediaproduct dient te voldoen, welke mediakanalen worden benut en welke technieken moeten daarbij minimaal worden ingezet om in het moderne medialandschap een rol van betekenis te kunnen spelen.
- 2 De relevantie, de organisatie
De tweede dimensie betreffen eisen die de relevantie bepalen van wat een publieke lokale omroep levert: daarbij spelen kwaliteit (onafhankelijkheid, juistheid) en bereik (distributie richting providers, impact) een belangrijke rol. Zonder enige afbreuk te doen

aan de redactionele en journalistieke autonomie, worden eisen gesteld, juist om die redactionele en journalistieke autonomie structureel en systematisch te waarborgen.

3 De bedrijfsvoering

Een derde dimensie betreft de wijze waarop de organisatie van een lokale omroep functioneert, en dan met name waarin zij ondersteund wordt met collectieve voorzieningen. Samenwerking is cruciaal voor een duurzame en volwaardige toekomst, zowel in de regio als op landelijk niveau.

7.3 Uitbouw streekverband

Door zowel de gemeenten als lokale omroepen is al eerder aan de NLPO aangegeven dat de visie met betrekking tot de ontwikkeling naar op termijn één streekverband voor de zuidelijke Foodvalley ondersteund wordt. Er wordt sterk ingezet op verregaande redactionele samenwerking, waarbij het ultieme doel is om op termijn vanuit één organisatie, maar samenwerkend en gebruikmakend van alle lokale stakeholders, de zuidelijke Foodvalley als geheel te bedienen. De samenwerkende omroepen hebben hierbij gekozen voor een model waarbij de omroepen niet fuseren, maar samenwerking in een overkoepelende organisatie: Stichting Regionaal Mediacentrum Vallei (RMC Vallei). Dit wordt door de NLPO het federatieve model genoemd. Voordeel hiervan is dat elke omroep zijn eigen FM-zender behoudt, een eigen pbo heeft en een eigen relatie houdt met de gemeenten van het eigen verzorgingsgebied. Door de omroepen onderling te stroomlijnen en het beleid af te stemmen, wordt er niettemin een gezamenlijke koers gevaren.

Het streekverband wil door het goed en slim georganiseerd zijn, een cross-mediaal product leveren dat past bij de streek. Het wil een voldoende lokaal toereikend media-aanbod (LTMA) verzorgen aan alle burgers van de streek.

7.4 Technologische ontwikkelingen

Het verder uitwerken van technologische mogelijkheden is van eminent belang voor de verdere ontwikkeling van mediaproducten en diensten voor de gehele zuidelijke Foodvalley. Door inzet van nieuwe applicaties en technieken kunnen doelgroepen en stakeholders (andere lokale omroepen, stichtingen, instellingen, overheden, bedrijfsleven, onderwijs) van het dynamische communicatieplatform gebruik maken. Steeds meer mediaconsumptie gebeurt immers via online-/digitale mediaplatformen.

7.5 Samenwerking met RTV Utrecht en Omroep Gelderland

De totstandkoming van een samenwerking met RTV Utrecht en Omroep Gelderland is voor het streekverband erg belangrijk. Door samen te werken kun je elkaar versterken waardoor relevant nieuws uit de zuidelijke Foodvalley ook in de rest van Utrecht en Gelderland en Nederland zichtbaar en leesbaar wordt. Naast de voordelen op het gebied van nieuwsgaring heeft dat ook

voordelen op het gebied van b.v. opleiding en techniek. De keuzes die worden gemaakt, liggen dan ook bij voorkeur op lijn met die van de regionale omroepen zodat nauwe samenwerking eenvoudiger is te realiseren. De nieuwe backend voor het streekverband RMC Vallei is gemaakt op basis van het door regionale omroepen ontwikkelde platform LocalGrid. Zowel Omroep Gelderland als RTV Utrecht werken hier reeds mee.

7.6 Nieuwe samenwerkingsvormen

Vormgeven aan nieuwe samenwerkingsvormen met zowel onderwijs, bedrijfsleven - ook mediabedrijven, denk aan BDUMedia - als (lokale) overheid en tevens met organisaties op het gebied van sport, welzijn, cultuur en levensovertuiging. Ook kan op bepaalde terreinen met aangrenzende streekomroepen opgetrokken kunnen worden.

8 Samenwerking met derden en doelgroepen

8.1 De samenwerkingspartners

Het streekverband werkt nauw samen met anderen bij het produceren van programma's en commercials en verder op het gebied van techniek, commercie, stages en opleidingen. Een en ander moet uitmonden in een actief en dynamisch mediaplatform met als doel:

- elkaar te ondersteunen bij het realiseren van een gezonde bedrijfsvoering
- overzicht te houden op alle activiteiten in de streek die van belang (kunnen) zijn
- overleg te voeren met NLPO en andere koepels, doorgeefluik voor informatie, lobby-partij, onderhandelen namens het streekverband met gemeenten en provincie
- samenwerking te bevorderen op alle terreinen waar dit nuttig is, met name op het gebied van opleidingen, faciliteiten, redactionele samenwerking en uitwisseling
- opleidingen voor de medewerkers gezamenlijk te organiseren
- elkaar te begeleiden en te adviseren
- elkaar te faciliteren (gezamenlijk inkoop waar nuttig)
- redactionele samen te werken: bevordering van systemen die content-uitwisseling makkelijker maken, waarbij de autonomie van iedere deelnemer gewaarborgd zal zijn
- alternatieve commerciële en niet-commerciële inkomstenbronnen gezamenlijk aan te boren
- gezamenlijk onderzoek naar publieksbereik, -waardering en behoeften te laten ontwikkelen en uitvoeren

De redactionele onafhankelijkheid van de het streekverband is met wie ook wordt samengewerkt gewaarborgd door een redactiestatuut. De programma's van de samenwerkingspartners worden indien opportuun over en weer cross-mediaal uitgezonden.

Het werk- en leertraject voor werklozen die ver van de arbeidsmarkt staan, kan eventueel ook onderdeel van deze overeenkomst uitmaken. Hier dienen in het kader van de begeleiding wel goede afspraken over gemaakt te worden.

Het streekverband sluit stage(samenwerkings)overeenkomsten met een of meerdere **scholen voor de journalistiek** in Nederland. Dit is afhankelijk van een aantal factoren (plaats van opleiding of waar streekgenoten op de opleiding zitten). Onderwerp van de samenwerking is de training van de student door het aanreiken van journalistieke kennis en kunde en het bieden van een podium.

De samenwerkende omroepen sluiten stage(samenwerkings)overeenkomsten **met scholen voor AV-productie** (mbo, hbo).

Onderwerp van de samenwerking is het aanreiken van technische kennis en kunde voor het functioneren als cameraman, editor, vormgever, door middel van het beschikbaar stellen van stageplaatsen.

Het streekverband werkt samen met **vertegenwoordigers van en redacteurs binnen alle deelnemende gemeenten** en allerlei doelgroepen om zo te komen tot een pluriforme en culturele diversiteit in haar aanbod. Hierbij staat *customer-generated content* voorop. Middels een account kunnen zij hun content (foto's, video's, audio, tekstberichten) via een mediahub aanleveren en in sommige gevallen zelfs direct uploaden naar de website.

Verder wil het streekverband in de verschillende plaatsen binnen de streek een platform creëren waar mensen (vrijwilligers) worden gefaciliteerd om beeld- en geluidverslagen te maken en nieuws te genereren. Vervolgens wordt met apparatuur bij het streekverband het geheel tot uitzendbare delen gemonteerd. Dit leidt onder meer tot grotere bewustwording en cohesie. Ook hier speelt een mediahub weer een belangrijk doorgeefluik.

Inmiddels zijn gesprekken met mogelijke samenwerkingspartners aangegaan om te verkennen waar, hoe en op welke (deel)gebieden samengewerkt kan worden zonder dat het streekverband zijn identiteit verliest en zonder dat het afbreuk doet aan de doelen die zij zich heeft gesteld voor de toekomst (denk hierbij ook aan de eisen binnen het vernieuwingsconvenant tussen VNG en NLPO).

Ook zal in het kader van samenwerkingsvormen contact worden gezocht met de eigenaren van de verschillende dorpsbladen, videoclubs en fotogroepen.

8.2 De leidende principes in de samenwerking met derden

Bij de samenwerking met derden gelden de volgende principes:

- 1 Samenwerking vindt plaats op basis van een overeenkomst.
- 2 Samenwerking vindt plaats met behoud van de redactionele onafhankelijkheid.
- 3 Samenwerking vindt plaats met behoud van eigen identiteit.
- 4 Samenwerking is een middel en vormt één van de mogelijkheden om programma's te produceren.
- 5 Het streekverband levert door de samenwerking met maatschappelijke organisaties een bijdrage aan en bevordert een duurzame maatschappelijke en sociale cohesie.
- 6 Het streekverband bevordert de vrije meningsuiting en vrije nieuwsgaring.

8.3 De doelgroepen van het streekverband

Alle inwoners en groepen van inwoners (verenigingen, organisaties, instellingen, overheden, groepen, enz.) van de streek behoren tot de primaire doelgroep van het streekverband die daarmee een regionale, lokale en (hyper)lokale functie krijgt.

Door middel van verschillende doelgroepenuitzendingen worden groepen via streaming buiten de streek, in Nederland en in het buitenland bereikt.

9 Opzet en werkwijze van de streekorganisatie

9.1 De juridisch-bestuurlijke structuur

De samenwerkende lokale omroepen en het streekverband RMC Vallei kennen als rechtspersoon de stichtingsvorm naar Nederlands recht en beschikken over volledige rechtsbevoegdheid. De omroepen kennen in hun pbo's een toezichthoudend orgaan en hanteert de gedragscode voor de lokale media-instellingen. Er wordt gewerkt via het *cultural governance*-model.

De professionalisering en verzakelijking van het streekverband maakt de kwaliteit van besturen en toezicht belangrijk. *Cultural governance* sluit aan op de maatschappelijke trend om een helder onderscheid te maken tussen taken en bevoegdheden van directie en bestuur. Zeker binnen het streekverband, dat grotendeels afhankelijk is van overheids gelden, dient er een goede transparantie nagestreefd te worden.

9.2 Leidende principes bij de inrichting van de organisatie

Het streekverband kent een aantal intrinsieke leidende principes. Het streekverband levert een fundamentele bijdrage aan een pluriform en op de directe leefomgeving afgestemd media-aanbod in de streek. Concreet betekent dit dat de samenwerkende lokale omroepen:

- Autonomoos zijn in hun handelen en redactionele vrijheid genieten.
- Het media-aanbod en de uitgezonden programma's laten controleren op het vastgestelde beleid door de programmabeleid bepalende organen (pbo's) van de in de streek samenwerkende omroepen.

9.3 De voorwaarden voor het feitelijk functioneren van het streekverband

Om vorm en inhoud te geven aan de ambities en de doelen van het streekverband RMC Vallei zijn de volgende voorwaarden voor de exploitatie en daarmee het feitelijke functioneren van toepassing:

- 1 Redactionele onafhankelijkheid
- 2 De gemeentelijke financieringen
- 3 Samenwerkingsovereenkomsten met derde partijen; zowel publiek als privaat
- 4 Goede technische infrastructuur en huisvesting
- 5 Medewerkers die voldoen aan de vereiste competenties en hun autonomie ontleen aan de drie kernwaarden en kernrollen van het streekverband

9.4 Het orgaan dat het beleid bepaalt voor het media-aanbod (het pbo)

Het pbo is wettelijk vereist, heeft een eigen reglement en is een onafhankelijk en aan het bestuur adviserend orgaan van elke lokale omroep. Het pbo wordt gevormd door personen die tezamen representatief zijn voor de in het verzorgingsgebied van de lokale omroep belangrijkste voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen (vertegenwoordigers van de directe leefomgeving).

Het stichtingsbestuur van de lokale omroep zorgt ervoor dat voldaan wordt aan het vereiste van de representativiteit. De gemeenteraden zijn de bevoegde organen die het Commissariaat voor de Media - doorgaans eenmaal per vijf jaar - adviseren over de vraag of het programmabeleid bepalend orgaan (pbo) van de lokale omroep voldoet aan de representativiteitseisen.

9.5 Kerncompetenties van het streekverband

Het streekverband RMC Vallei geeft vorm en inhoud aan de missie door het uitvoeren van drie kernrollen. Voor de wijze waarop de doelen worden gerealiseerd, wordt het instrument van competentie management en *management by objectives* gebruikt.

De kernrollen van het streekverband zijn: professional, dienstverlener en ondernemer. Deze drie kernrollen omvatten tevens de autonomie waarop de medewerker zich beroept. In onderstaande matrix worden de kernrollen weergegeven.

| Kernrol | Kerncompetentie organisatie | Operationele doelstelling |
|----------------|--|---|
| Professional | <ul style="list-style-type: none"> - Resultaatgerichtheid - Strategisch perspectief | <ul style="list-style-type: none"> - Boeken van resultaten door gedisciplineerd te werken aan onafhankelijke en waarde vrije nieuwsgaring en programma's. - Afstand nemen van problemen en leggen van dwarsverbanden binnen een brede context. |
| Dienstverlener | <ul style="list-style-type: none"> - Samenwerkingsbereid - Netwerken - Servicegerichtheid | <ul style="list-style-type: none"> - Samen met anderen doelen bereiken. - Ontwikkelen en bestendigen van relaties, allianties en deze benutten voor het krijgen van informatie, meningen en medewerking. - Betrokken zijn en blijven bij het DNA van de streek en de zeven leefgebieden in de streek. Dit geheel gebruiken ter |

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| | | verbetering van de programma's waardoor er een pluriform media-aanbod ontstaat. |
| Maatschappelijke ondernemer | <ul style="list-style-type: none">- Omgevingssensitiviteit- Ondernemerschap | <ul style="list-style-type: none">- Geïnformeerd over de omgeving en zicht op de normen en waarden, belangen en posities van partijen en deze vertalen in programma's.- Ontwikkelingen in het DNA van de streek in de zeven leefgebieden vertalen naar het media-aanbod. |

10 Wat RMC Vallei voor de gemeenten kan betekenen

Er is een verscheidenheid aan functies die een mediaplatform in streekverband kan uitoefenen. Functies die al jarenlang worden genoemd zijn: versterken van de lokale democratie, verbeteren van de lokale informatievoorziening en opiniëring, bevorderen van de communicatie en sociale cohesie, bewustmaking en activering, een culturele en educatieve functie en het zijn van een lokale kweekvijver voor omroeptalent en formats. Lokale journalistiek kan als een bijzondere economische waarde worden beschouwd. Als iets waarmee een gemeente zich kan profileren en niet als een verdienmodel. Met stimulering van journalistiek dient de gemeente de democratie.

Daarnaast kan het om nog twee functies gaan: onderdeel van de gemeentelijke informatie- en communicatiemix en intrinsieke waarde.

Het organiseren van het maatschappelijk communicatieproces is niet alleen de verantwoordelijkheid van de gemeente. Op burgers, instellingen en organisaties wordt een nadrukkelijk beroep gedaan om mee te doen en verantwoordelijkheid te tonen. De gemeente moet toejuichen dat burgers, instellingen en organisaties gebruikmaken van het mediaplatform.

Dus:

- Mediaplatform van het streekverband dat nieuws en informatie geeft
- Lokale verdieping via hoor en wederhoor met commentaar om het nieuws betekenis geven
- Belangrijk hierbij is dat het mediaplatform op alle kanalen en in elke format haar content deelt

10.1 Bevorderen van communicatie en sociale cohesie

Naast de informatiefunctie is voor het streekverband de communicatiefunctie van groot belang. Het streekverband RMC Vallei is laagdrempelig en toegankelijk voor alle inwoners van de streekgemeenschap. Via het streekverband kunnen zij met elkaar communiceren en tot uitwisseling van ideeën en meningen komen. Het streekverband kan daarmee een bijdrage leveren aan wederzijds begrip tussen individuen en groepen en daarmee de sociale cohesie binnen de gemeenschap versterken.

Dus:

- Het mediaplatform moet een laagdrempelige en toegankelijke communicatiefunctie hebben.
- Het mediaplatform moet interactief zijn.

10.2 Medium voor bewustmaking en activering/samenlevingsopbouw

De rol van de omroep in de samenlevingsopbouw werd vroeger sterk benadrukt. Door de actieve inbreng van burgers bij de totstandkoming van programma's over allerlei lokale issues activeert het streekverband betrokkenheid bij de lokale gemeenschap. Inmiddels is deze functie als zijnde een specifieke welzijnsfunctie wat op de achtergrond geraakt. Wel speelt het streekverband bijvoorbeeld nog een belangrijke rol in de bewustmaking en de 'empowerment' van minderheidsgroeperingen en speelt deze een opkomende rol op thema's als diversiteit en inclusiviteit.

10.3 Vervullen van specifieke culturele of educatieve functies

Ten aanzien van cultuur richt de functie zich bijvoorbeeld op het informeren over lokale cultuur, het bieden van een podium voor en het aandacht besteden aan muziek en podiumkunsten uit de regio. Dit is te zien bij omroepen die gevestigd zijn in gebieden met een sterke regionale identiteit.

Het streekverband RMC Vallei kan een rol spelen bij veel zaken die door de gemeente belangrijk gevonden worden. Zo kan het regionale mediaplatform alle inwoners, jong en oud, oproepen actief deel te nemen aan kunst- en cultuurprojecten, vrijwilligerswerk en aan sportactiviteiten. Ook kan het streekverband publiciteit geven aan recreatieve en toeristische activiteiten. Burgers kunnen via het streekverband met elkaar communiceren over strategische vragen op het gebied van wonen, werken, onderwijs, veiligheid, recreatie en verkeer.

Door communicatie over al deze onderwerpen kan het streekverband een bijdrage leveren aan publiciteit voor de streek, aan burgerparticipatie, aan een gezond leefklimaat.

Het streekverband kan een belangrijke taak hebben in de audiovisuele archivering van hetgeen zich op gemeentelijk niveau afspeelt. Waardevol materiaal van de omroepen kan terecht komen in het gemeente- of streekarchief. Voorbeelden hiervan zijn te vinden in Maastricht en 's-Hertogenbosch. Sommige provincies bieden daarbij ondersteuning.

10.4 Kweekvijver voor omroeptalent en formats

Een lokale omroep is vaak een eerste stap in de carrière van medewerkers van de regionale en landelijke (publieke en commerciële) omroep of de audiovisuele sector. De voorbeelden zijn legio, ook bij de omroepen in onze streek zijn medewerkers doorgestroomd.

10.5 Rol in de gemeentelijke informatie- en communicatiemix

Het streekverband RMC Vallei kan onderdeel uitmaken van de informatie- en communicatiemix door in samenwerking met verschillende afdelingen berichten naar buiten te brengen. De Mediawet bepaalt dat de publieke omroep daarbij vrij moet zijn van overheidsinvloeden. Met tussenkomst van de redactie van het streekverband kan de gemeente veel berichten die voor

haar inwoners belangrijk zijn via alle dragers van het streekverband laten lopen. Hiermee wordt de band tussen politiek en burger versterkt.

10.6 Intrinsieke waarde

Evenals bij vele andere sociale en culturele instellingen kan het gegeven dat mensen binnen het streekverband RMC Vallei samen bezig zijn, volgens ons al een doel op zich voor gemeenten zijn. Het streekverband kan in samenwerking met de gemeenten en onderwijsinstellingen ook een plek bieden aan mensen (met de juiste vaardigheden) die tijdelijk of voor langere tijd geen uitzicht op werk hebben of plaats bieden aan verschillende stagiaires.

10.7 Wat betekent dit alles concreet?

- 1 Centraal aanbieden van lokale informatie. Dit betekent dat het streekverband RMC Vallei via tv, radio, online en sociale media snel lokale informatie en nieuws zichtbaar kan maken voor een heel groot publiek. Wat ook denkbaar is, dat via narrowcasting middels tv-schermen in openbare locaties als gemeentehuis, bibliotheek, welzijnsinstellingen enzovoorts de gemeentelijke info te laten verschijnen. Een en ander kan aangestuurd worden door middel van een mediahub.
- 2 Voor senioren en mensen met een sociale achterstand kan overdag tekst-tv en tv worden ingezet. Middels een aparte button op de site kunnen de gemeenten hun communicatiemogelijkheden met de lokale bevolking verder uitbreiden. Dit kan per gemeentelijke afdeling afgesproken worden. Denk hierbij aan wegwerkzaamheden, openstellingen, vuilnisophaal, openingstijden gemeentehuis, attenderen op belangrijke besluiten enz. We kunnen daarbij dus onderdeel uitmaken van de communicatiemix van de gemeente. Het streekverband als *content organiser*.
- 3 Mediapartner bij grote evenementen, denk hierbij aan het Bevrijdingsfestival, de Heideweek of de Rijnweek. Door extra aandacht te geven op alle mediakanalen wordt het zelf organiserend vermogen versterkt en zo ook het verenigings- en maatschappelijk leven.
- 4 Het raadslid van de maand in een ander jasje in plaats van de passieve printmedia, een video van maximaal 6 minuten over het raadslid. We lopen dan een dag mee met het raadslid. We maken een sociale mediaformat van maximaal 3 minuten en/of 6 minuten voor op traditionele tv. Door het inzetten van verschillende mediatypen en formats wordt het bij een brede doelgroep onder de aandacht gebracht.
- 5 In overleg met de gemeente kunnen er specials of andere specifieke programma's gemaakt worden, denk hierbij aan het in beeld brengen van grote projecten van gemeenten. Of een maandelijks interview met de burgemeester of het college. Een gemeente magazine waarin de gemeente zendtijd beschikbaar stelt voor kleine initiatieven van verenigingen, organisaties en burgers.

- 6 Programma over gemeenten/dorpskernen: waar is men trots op, waar liggen de uitdagingen, hoe ziet het verenigingsleven eruit, wat staat er op de agenda. In zo'n programma kunnen maatschappelijke projecten en innovatieve initiatieven onder de aandacht gebracht worden. Er is vanuit verschillende kanten al interesse getoond.
- 7 Een programma over dorps- en stadgezichten vroeger en nu in samenwerking met filmclubs, filmende burgers, heemkundekring en oudheidkundige verenigingen.
- 8 Gezien het aantal arbeidsmigranten kan een informatief programma ontwikkeld worden waarin de migranten geïnformeerd worden over wat er allemaal te doen is. Ook voor hen is de gemeentelijke informatie belangrijk.
- 9 Het streekverband kan door gemeenten gebruikt worden als leerwerkervaringsplaats of als plaats waar mensen die reeds lang werkeloos zijn een arbeidsmatige dagbesteding kunnen vinden. Het is wel belangrijk dat dit soort krachten (na een inwerkperiode) moeten kunnen voldoen aan de bij een functie horende eisen.
- 10 Het streekverband kan een regionaal verkiezingsdebat organiseren voor de gemeenteraadsverkiezingen, via tv en/of livestream.
- 11 Zendtijd voor politieke partijen in verschillende programmaformats, voor sociale media maken we dan verschillende uitzendformats voor twitter, facebook, YouTube en 6 minuten voor op traditionele tv. Door het inzetten van verschillende mediatypen en formats wordt het bij een brede doelgroep onder de aandacht gebracht.

11 Financiën

1vallei stelt jaarlijks een begroting op. Deze is bedoeld als intern 'huishoudboekje', maar geeft aan de gemeenten ook inzicht in de financiële behoefte voor het exploiteren van de lokale omroep. In het eerste boekjaar (2023) spelen enkele initiële kosten een rol. Zo zal er een periode zijn van de overgang van de eerdere omroep naar 1 vallei. Mogelijk kan technische infrastructuur, denk aan FM-zenders, tegen een reële boekwaarde worden overgenomen.

Aangezien 1vallei meteen meedoet aan en profiteert van de structuur van het streekverband RMC Vallei (dus ook XON en XON.nu) kunnen de investering relatief laag worden gehouden. Een nieuwe studiolocatie is niet of niet direct nodig.

Het succes van een lokale omroep valt of staat bij de lokale nieuwsgaring. Ervaringen bij met name Omroep Ede leren dat dat met louter vrijwilligers niet haalbaar is. Er worden daarom ook betaalde krachten worden ingezet, vanuit de samenwerking. Om deze medewerkers en de benodigde infrastructuur voor de activiteiten in het 1vallei-gebied te kunnen realiseren, is een jaarlijkse afdracht aan de samenwerking nodig. Daarbij geldt: hoe meer je erin stopt, hoe meer het aan lokale items en programmering oplevert. 1vallei heeft daarom een begroting opgesteld voor 2023, met een doorkijkje naar de jaren erna. Nota bene: deze begroting houdt geen rekening met de gevolgen van de landelijke ontwikkelingen rond de lokale omroep zoals geschetst in 7.1.

Opbrengsten uit sponsoring en reclame zijn lastig te schatten. De reclamemarkt is veranderd en ook verstoord voor de coronapandemie en de inflatiegolf van 2022. Ook is een algeheel reclameverbod voor publieke omroepen nog steeds een reële optie bij de komende wetswijziging. Tv-reclame kan intussen door de uitrol van XON in de vier gemeenten nog wel een stimulans krijgen, maar de opbrengst daarvan is giswerk.